CANADEXPORT

www.canadexport.gc.ca

Volume 24 > Numéro 17
16 octobre 2006

DANS CE NUMÉRO > UN VOYAGE D'AFFAIRES À GAGNER GRÂCE À EDC >

Pour négocier avec l'oncle Sam...

L'industrie canadienne affiche un bilan très reluisant dans ses négociations avec le gouvernement américain : en 2005, plus de 700 exportateurs ont conclu avec Washington des contrats initiaux totalisant plus d'un milliard de dollars — une hausse de 12 % par rapport à 2004. La confiance des Américains envers la qualité de la production canadienne ainsi que notre approche et notre expertise en négociation de contrats y sont pour beaucoup.

Les contrats à barème de la General Services Administration (les « GSA schedules »), qui visent 53 catégories de produits et services, constituent un premier moyen de faire affaire avec l'oncle Sam (voir *CanadExport*, vol. 24, nº 16), mais ce n'est pas le seul.

Que sont les GWAC?

Les GWAC (Government-Wide Acquisition Contracts), qui visent exclusivement le secteur de la technologie, occupent aussi une place importante. Les fournisseurs de ce secteur peuvent se servir des contrats de la GSA, des GWAC ou des deux à la fois. Ces deux instruments diffèrent : les premiers exigent que les produits et services offerts soient disponibles sur le marché commercial et peuvent être négociés n'importe quand; les seconds n'ont pas cette exigence mais comportent une date limite pour la remise des soumissions.

Les SAP (Simplified Acquisition Procedures) représentent environ 11 % de la valeur totale des contrats signés par les firmes canadiennes. Elles sont employées pour les transactions de moins de 100 000 dollars.

voir page 3 - Le Canada brasse de grosses affaires

CanadExport passe à l'électronique!

À compter de novembre 2006, *CanadExport* sera distribué en format électronique par courriel.

Tout comme l'édition imprimée, le nouveau *CanadExport* couvrira l'actualité et les foires commerciales et fournira à toutes les deux semaines des renseignements sur les marchés et des conseils utiles. Il aura en outre un contenu élargi, sera diffusé plus rapidement et renfermera des liens vers d'autres sites comme InfoExport, Investir au Canada et ExportSource, ainsi que des liens directs vers les délégués commerciaux.

Pour en savoir plus, nos abonnés sont invités à surveiller cet encadré dans les prochains numéros. Pour recevoir *CanadExport* par courriel, ils sont priés de nous faire parvenir leur adresse électronique et leur numéro d'abonné à canad.export@international.gc.ca.

Nous espérons que la lecture du nouveau *CanadExport* leur sera tout aussi agréable et profitable.

Affaires étrangères et Commerce international Canada
Foreign Affairs and International Trade Canada
Canada

2007-01912/

La Chine, un marché très prometteur

Selon un sondage mené à travers le Canada par la Fondation Asie Pacifique du Canada et le *Globe and Mail*, la Chine offre plus de promesses que les États-Unis pour ce qui est des exportations et des investissements canadiens.

Parmi les personnes interrogées, 42 % estiment que la Chine est le marché le plus prometteur, contre seulement 29 % pour les États-Unis. Viennent ensuite le Japon, l'Inde, l'Asie du Sud-Est et l'Union européenne.

Toutefois, en réponse à la question sur l'importance que revêtent divers pays ou régions pour la prospérité et le bien-être du Canada, 89 % des répondants ont choisi les États-Unis, 77 % la Chine, 66 % l'Union européenne et 65 % le Japon.

« Le sondage montre que les Canadiens sont conscients de la montée de la Chine comme puissance économique. Que la Chine ait ou non un potentiel plus grand que les États-Unis dans les faits, les Canadiens jugent que le développement des relations économiques avec la Chine est nécessaire et positif », affirme Yuen Pau Woo, président de la fondation.

Seulement 38 % des répondants croient que la nouvelle puissance économique de la Chine représente une menace plutôt qu'une source de bienfaits. Pas moins de 73 % jugent que l'accroissement des échanges entre les deux pays profitera aux consommateurs canadiens.

Le sondage révèle des écarts interrégionaux. Au Québec, l'opinion est divisée quant à savoir lequel des deux marchés est le plus prometteur pour les exportations et les investissements, tandis qu'ailleurs au Canada, la Chine dépasse les États-Unis par une marge de 18 points de pourcentage. Cet écart est encore plus prononcé dans les provinces de l'Ouest. En Colombie-Britannique, 57 % des interviewés estiment que la Chine recèle le potentiel le plus important, contre seulement 18 % pour les États-Unis.

Selon un récent sondage, les Canadiens estiment que la Chine offre un immense potentiel d'exportation et d'investissement.

Le sondage a été mené auprès de 1 014 personnes entre le 2 et le 9 août 2006 par la firme The Strategic Counsel au nom de la Fondation Asie Pacifique du Canada et du *Globe and Mail*. Les résultats relatifs à l'échantillon national ont une marge d'erreur de 3,1 points 19 fois sur 20.

Pour de plus amples renseignements, consulter le site www.asiepacifique.ca.

RÉDACTION
Michael Mancini, Yan Le
François Bergès

SITE WEB

ABONNEMENT
Tél. : (613) 992-7124
Téléc. : (613) 992-5791
canadexport@international.gc.ca

CanadExport est un bulletin bimensuel publié par la Direction des services de communication d'Affaires étrangères et Commerce international Canada.
Tirage : 54 000 exemplaires
Also available in English.
ISSN 0823-3349

Pour un changement d'adresse ou une annulation, envoyer la requête avec les changements. Prévoir un délai de quatre à six semaines.
Convention de la poste-publication n° 40064047

Adresser toute correspondance à CanadExport (CMS)
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2

Il peut reproduire sans autorisation des extraits de cette publication, sous réserve d'en indiquer la source en entier. Toute reproduction de cette publication en tout ou en partie à des fins commerciales ou de redistribution exige l'obtention préalable d'une autorisation écrite de CanadExport.

Le Canada brasse de grosses affaires – suite de la page 1

Est-ce à dire que ces petits contrats sont réservés aux petites entreprises? Pas du tout : chacune des six compagnies en tête du palmarès des SAP a affiché des ventes de plus d'un million de dollars.

Le type de contrat est important, mais...

Le type de contrat choisi est-il important? Selon Judy Bradt, une ancienne déléguée commerciale qui a aidé des milliers de firmes canadiennes à obtenir des contrats du gouvernement américain, ce n'est qu'un élément parmi d'autres.

« La plupart des vendeurs se concentrent d'abord sur le processus à suivre, explique-t-elle. Il faut bien le faire, mais ce n'est pas tout. Ils se mettent à faire des progrès lorsqu'ils se rendent compte qu'ils doivent établir des relations avec les gens, car l'issue dépend souvent de la performance de l'entreprise. C'est à ce moment-là qu'on voit les résultats. Les acheteurs cherchent des fournisseurs en qui ils peuvent avoir confiance pour résoudre leurs problèmes. C'est ça qui m'impressionne le plus au sujet des entreprises canadiennes gagnantes : elles ont travaillé ferme pour établir des rapports de confiance étroits avec les clients. »

Quelques réussites canadiennes

Dans le domaine des TI et des télécommunications, Forensic Technology (Montréal) et Nightingale (Toronto) ont chacune remporté des contrats d'environ 17 millions de dollars. Elles étaient en tête parmi près de 200 entreprises canadiennes de ce secteur qui, l'an dernier, ont obtenu de Washington des contrats initiaux d'une valeur totale d'environ 123 millions.

Le département de la Défense était le plus gros client des vendeurs canadiens au sein du gouvernement américain, ses achats représentant les trois quarts de la valeur totale. Parmi les principaux fournisseurs, mentionnons Med-Eng (Ottawa), qui fabrique des ensembles de protection à l'intention des gens qui désamorcent des dispositifs explosifs, Lotek Wireless (St. John's et Toronto), qui produit des émetteurs destinés au dépistage des poissons et des animaux sauvages, et Norsat International (Burnaby), qui fournit des solutions intelligentes pour satellites.

D'après Judy Bradt, les succès remportés par le Canada témoignent de la confiance des Américains envers les entreprises canadiennes. Chaque contrat obtenu, fait-elle observer, que ce soit dans le domaine militaire ou civil, constitue une réalisation impressionnante qui révèle des talents de marketing exceptionnels et une aptitude à respecter des normes de performance exigeantes.

Deux choses importent beaucoup plus que le type de contrat, ajoute-t-elle. L'entreprise canadienne doit déterminer comment ses clients éventuels achètent le genre de produit ou de service qu'elle vend, et quelle est la stratégie la plus efficace pour atteindre ces clients.

« Les contrats de la GSA et les GWAC représentent moins de 15 % de la valeur totale des achats du gouvernement américain. Celui-ci fait appel à un grand nombre d'instruments et de stratégies pour faire ses achats. »

Pour se renseigner sur ces autres méthodes — SAP, SmartCard, Basic Ordering Agreements, Negotiated Procurement (qui s'apparentent aux demandes de propositions) et Invitations for Bid (également connues sous le nom de Sealed Bidding), voir www.arnet.gov.

Sites Web utiles

- U.S. General Services Administration : https://fsstraining.gsa.gov
- Corporation commerciale canadienne : www.ccc.ca
- U.S. Federal Procurement Data System : https://www.fpds.gov
- Renseignements sur le marché fédéral américain : www.summitinsight.com et wwww.eagleeyeinc.com

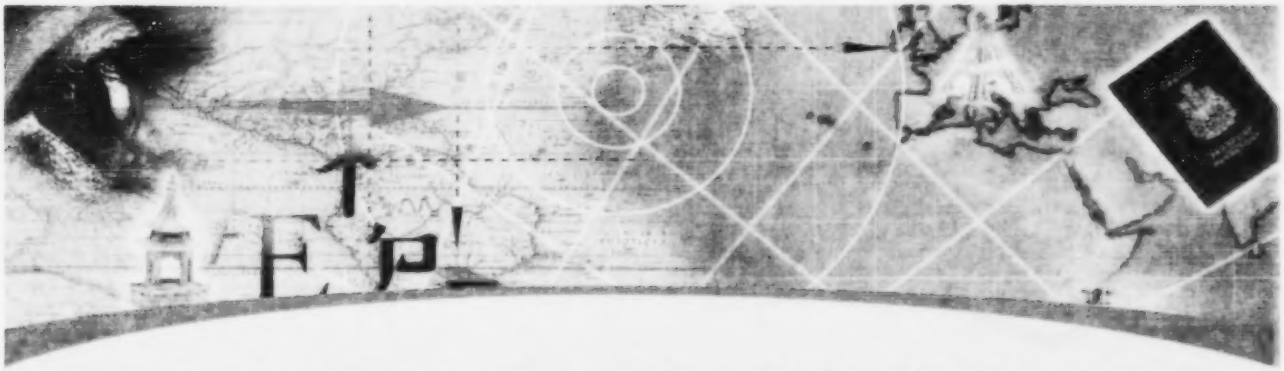
Le saviez-vous?

La Corporation commerciale canadienne (CCC) a pris en charge 75 % des ventes canadiennes aux forces militaires américaines, qui ont atteint un sommet en 2004-2005. Les services de la CCC comprennent l'examen des propositions et le paiement rapide à la fin des travaux.

Selon Tom DeWolf, directeur du développement du commerce et des ventes pour l'aérospatiale, la défense et la sécurité, les commandes de ce secteur passées par l'entremise des services de la CCC se chiffraient à 1,4 milliard de dollars en 2004-2005, dont plus d'un milliard pour le département de la Défense.

« La CCC continue de renforcer ses relations avec les agences d'achat fédérales aux États-Unis et avec l'industrie canadienne afin de mettre en contact les principaux fournisseurs canadiens avec le plus gros client du monde, précise-t-il. »

Pour de plus amples renseignements, consulter le site www.ccc.ca.



Le Service des délégués commerciaux du Canada à l'avant-garde dans la prestation de services électroniques

Le Service des délégués commerciaux du Canada (SDC) vise à être connu pour l'excellence de son personnel et la qualité de ses services, ainsi que pour sa contribution à la prospérité et à la poursuite de l'innovation au Canada.

Comptant sur 149 bureaux dans 101 pays, et 12 à travers le Canada, le SDC a une portée véritablement mondiale.

Après avoir effectué divers sondages auprès de sa clientèle, le SDC a modifié la prestation de ses services afin de mieux servir les entreprises canadiennes. L'importance accordée aux services électroniques afin de fournir des renseignements actualisés sur le monde des affaires constitue l'un des principaux éléments de ce renouvellement.

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA

Le SDC est à l'avant-garde dans la prestation de cyberservices s'adressant aussi bien aux entreprises étrangères qu'aux clients canadiens. Grâce à un site Web bien établi et aux services en ligne rendus aux clients canadiens par l'entremise du Délégué commercial virtuel, le SDC est en mesure de leur offrir des services alliant cohésion et valeur ajoutée. En outre, le SDC a joué un rôle de premier plan dans la création d'un site Web destiné à aider les entreprises étrangères à faire affaire avec le Canada.

InfoExport

Le site Web du SDC, www.infoexport.gc.ca, offre un point d'accès public aux clients actuels et nouveaux du SDC. Ils y trouvent les noms des délégués commerciaux chargés de leur secteur industriel dans chaque pays, ainsi que des renseignements portant sur un secteur ou un pays déterminé tels que des analyses sectorielles, des profils économiques, des détails sur les règlements en vigueur, ainsi que la liste des principaux événements commerciaux, hôtels et services additionels aux entreprises dans les pays qui les intéressent.

Le Délégué commercial virtuel, une ressource sur mesure pour les exportateurs

Le Délégué commercial virtuel (DCV) est un outil personnalisé et gratuit, destiné aux entreprises canadiennes et donnant accès à des occasions d'affaires, des actualités sectorielles, des renseignements sur les marchés et les secteurs, des contacts et des services correspondant à leurs besoins d'affaires internationales.

Le DCV constitue un guichet unique offrant des services à l'exportation personnalisés 24 heures sur 24, 7 jours sur 7. De plus, ce dernier offre un accès direct à quelque 900 délégués commerciaux au Canada et à l'étranger. Les entreprises peuvent s'inscrire au DCV au site www.infoexport.gc.ca.

Faire des affaires avec le Canada — un site Web pour les entreprises étrangères

Le site Web www.Fairedesaffairesavecle Canada.gc.ca offre tous les renseignements et services nécessaires aux entreprises étrangères désireuses d'investir au Canada ou d'y faire affaire. Le site a été mis au point en collaboration avec tous les ministères et organismes publics impliqués dans la promotion économique du Canada sur la scène internationale.

Grâce aux services électroniques qu'il offre à ses clients canadiens, le Service des délégués commerciaux les aide à faire valoir leur entreprise sur les marchés mondiaux et à acquérir des renseignements précieux sur les milieux d'affaires et les marchés étrangers, un élément essentiel pour maintenir leur compétitivité dans un environnement commercial international de plus en plus complexe.

Inscrivez-vous au Délégué commercial virtuel et apprenez comment le Service des délégués commerciaux du Canada peut vous aider à marquer des points sur les marchés mondiaux en visitant le site : **www.infoexport.gc.ca**

Mission du secteur de la santé au Brésil et en Argentine

Buenos Aires et São Paulo, du 19 au 25 novembre 2006 > Les entreprises et organisations œuvrant dans le secteur de la santé sont invitées à participer à une mission commerciale en Amérique du Sud.

Le Brésil et l'Argentine constituent des marchés très prometteurs pour ce secteur. Si votre entreprise a son siège social au Québec et si elle n'est pas déjà active dans ces marchés, cette mission pourrait s'avérer un un excellent point de départ pour y prendre pied. Même si elle y est déjà active, ce serait malgré tout une excellente occasion d'y intensifier ses activités.

Vous pourrez passer deux jours et demi à Buenos Aires et à São Paulo, prévoir des rencontres avec au moins six clients éventuels, assister à des séances d'information sur le secteur, la façon de l'aborder et les débouchés qu'il offre, et prendre part à diverses activités de prise de contact.

La mission est coordonnée par l'équipe d'experts en commerce international de la Chambre de commerce du Montréal métropolitain (World Trade Centre Montréal) en collaboration avec le ministère québécois du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation.

Pour de plus amples renseignements, consulter le site de la mission à www.ccmm.qc.ca/bresil-argentine.

Faites connaître votre entreprise dans les domaines suivants :

- Fournitures et équipements médicaux
- Produits pharmaceutiques, naturels et cosmétiques
- Biotechnologie et matériel de laboratoire
- Construction d'hôpitaux et gestion des infrastructures
- Gestion des systèmes de santé

La médecine sera au rendez-vous en Inde

Hyderabad, du 10 au 12 février 2007 > MediTec 2007, la grande foire consacrée aux technologies et aux équipements médicaux, sera la plus importante du genre à se tenir en Inde. Elle comprendra un pavillon canadien, et les entreprises canadiennes sont invitées à venir y exposer.

L'Inde représente un marché de premier plan pour l'industrie mondiale de la santé. Évalué à 21 milliards de dollars à l'heure actuelle, ce marché croît au rythme de 15 % par année et devrait se chiffrer à 51 milliards en 2012. On prévoit des investissements de 55 milliards d'ici 10 ans, dont 70 % seront financés par le secteur privé.

Le pays connaît une pénurie de services de santé de bonne qualité, et la demande en soins médicaux modernes s'accroît rapidement. Le marché pharmaceutique, évalué à 11 milliards, prend également de l'expansion, et l'Inde est de plus en plus un endroit de prédilection pour les essais cliniques et la recherche sur les médicaments.

Le pavillon canadien

Toutes les entreprises présentes au pavillon canadien l'an dernier ont pu trouver des distributeurs pour leurs produits. MediTec 2007 offre aux firmes canadiennes une occasion idéale de promouvoir leurs produits et services et de se trouver d'éventuels partenaires.

Les séminaires techniques dirigés par des médecins éminents et des spécialistes constituent l'un des points saillants de l'exposition.

L'équipe commerciale du consulat du Canada à Chennai est prête à organiser des rencontres et des visites dans d'autres villes comme Mumbai et New Delhi. Elle apportera également un soutien logistique.

Les espaces au sein du pavillon sont attribués suivant l'ordre des réservations.

L'inscription doit se faire d'ici le 15 décembre 2006.

Renseignements : Kishore Kumar, consulat du Canada à Chennai, tél. : (011-91-44) 2833-0888, ou 6547-7818, cellulaire : (011-91-44) 98402-57388, téléc. : (011-91-44) 4215-9393, courriel : cheni@gocindia.org; site Web : www.meditecinternational.com.

Foodex : une occasion de dévorer la concurrence

Tokyo, du 13 au 16 mars 2007 > Plus 2 200 exposants venus de 70 pays et plus de 95 000 professionnels de l'industrie des aliments et des boissons sont attendus à **Foodex Japan 2007**, la plus grande foire du genre en Asie-Pacifique.

Il ne faut donc pas manquer cette occasion de reprendre contact ou de faire de nouvelles affaires dans le marché alimentaire le plus dynamique du monde et de tirer parti des possibilités offertes par le pavillon canadien, organisé cette année par Agriculture et Agroalimentaire Canada. Le pavillon du Canada célébrera cette année son 25e anniversaire à l'exposition Foodex.

Renseignements : Greg Folinazzo, Agriculture et Agroalimentaire Canada, tél. : 613-759-7523, téléc. : 613-759-7506, courriel : folinazzog@agr.gc.ca; site Web : www.ats.agr.gc.ca/foodex.

Connectez-vous au monde du sans-fil en Espagne

Barcelone, du 12 au 15 février 2007 > Le Canada aura pour la première fois un pavillon national à l'exposition **3GSM**, la plus importante au monde dans l'industrie des communications sans fil.

Après avoir été tenue en France pendant 20 ans, l'exposition a lieu à Barcelone depuis 2006. L'édition de 2007 accueillera plus de 50 000 représentants de l'industrie mondiale du sans-fil, soit une hausse de 47 % par rapport à 2005. Une cinquantaine d'entreprises canadiennes y ont pris part l'an dernier.

On trouvera au pavillon canadien 15 entreprises qui feront valoir leurs capacités aux principaux acteurs de l'industrie mondiale des télécommunications mobiles. Le pavillon accroîtra la visibilité du Canada et témoignera de la place importante que le Canada occupe dans cette industrie. On prévoit à l'intention des participants canadiens des activités complémentaires — un séminaire pour faciliter les contacts, notamment.

Les espaces dans le pavillon sont limités et sont attribués selon l'ordre des réservations.

Renseignements : Frédéric Fournier, ambassade du Canada en Espagne, courriel : frederic.fournier@international.gc.ca; Elaine Sullivan Butcher, Affaires étrangères et Commerce international Canada, tél. : 613-995-4595; site Web : www.3gsmworldcongress.com.

Un pavillon canadien à la grande foire du sans-fil

Orlando, du 27 au 29 mars 2007 > Le Canada aura un pavillon à l'exposition **CTIA Wireless 2007**, vitrine hors pair pour les nouveaux produits et services dans les communications sans fil et par Internet, l'informatique et la technologie mobile.

Le pavillon aidera les PME canadiennes à se faire valoir auprès du marché international des technologies et solutions sans fil et à repérer des occasions d'affaires. Elles auront affaire à un public influent : 76 % des participants à l'exposition sont autorisés à faire des achats et 69 % sont des cadres supérieurs de direction ou de gestion.

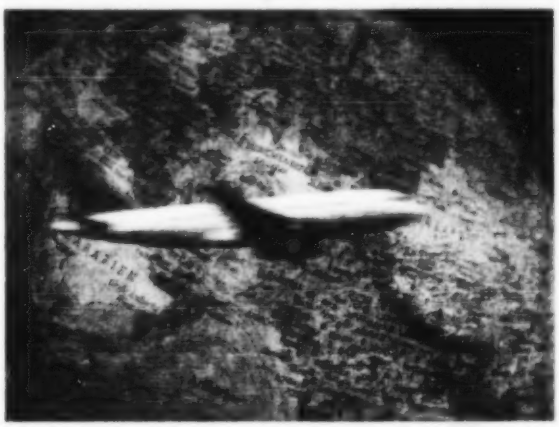
En plus d'attirer fournisseurs, transporteurs, distributeurs, revendeurs et fabricants, CTIA Wireless intéresse aussi des secteurs comme l'automobile, l'enseignement, le divertissement, les services financiers, la santé, les transports, les services aux collectivités et le secteur public. On y attend environ 1 000 exposants et plus de 35 000 visiteurs venus de 90 pays, et l'événement est suivi de près par plus de 1 000 médias.

Renseignements : Pat Fera, Affaires étrangères et Commerce international Canada, tél. : 613-944-9475, courriel : pat.fera@international.gc.ca; Charlene Wheatley, tél. : 613-944-8823, courriel : charlene.wheatley@international.gc.ca; site Web : www.ctiawireless.com.

Concours d'EDC : gagnez un voyage d'affaires à l'étranger!

Afin de réduire les frais élevés de voyages d'affaires des entreprises exportatrices, Exportation et développement Canada (EDC) lance le concours *Envolez-vous et donnez un essor à vos exportations*. Les entreprises auront ainsi la possibilité de gagner 5 000 dollars pour un voyage qui permettra à leurs représentants de rencontrer des clients aux États-Unis ou ailleurs.

Si vous envisagez, à titre de représentant d'une entreprise exportatrice très active, de pénétrer un nouveau marché ou d'accroître vos ventes dans un marché existant, un séjour dans ce marché s'impose. Les experts conviennent qu'il y a de bonnes raisons à cela : vous pouvez évaluer la concurrence ainsi que les débouchés qu'offre le marché, et surtout, établir de précieux contacts avec vos acheteurs éventuels. Votre visite sera à leurs yeux une preuve de votre engagement envers le marché et de votre détermination à offrir un service personnalisé à vos clients.



En outre, lorsque l'on prend en compte le temps qu'il faut pour effectuer une étude de marché permettant de repérer les débouchés et les clients éventuels et pour comprendre les particularités culturelles, juridiques et politiques du marché, on peut se sentir dépassé par les événements.

Organisme financièrement autonome, EDC aide les entreprises canadiennes à exporter depuis plus de 60 ans. Il offre aux exportateurs et aux investisseurs des services de financement et d'assurance qui leur permettent d'accroître leur présence sur les marchés mondiaux. Chaque année, plus de 7 000 entreprises canadiennes et leurs clients dans plus de 200 marchés étrangers bénéficient de ces services.

Pour participer, les entreprises admissibles n'ont qu'à soumettre le formulaire d'inscription dûment rempli à l'adresse www.edc.ca/concoursedc.

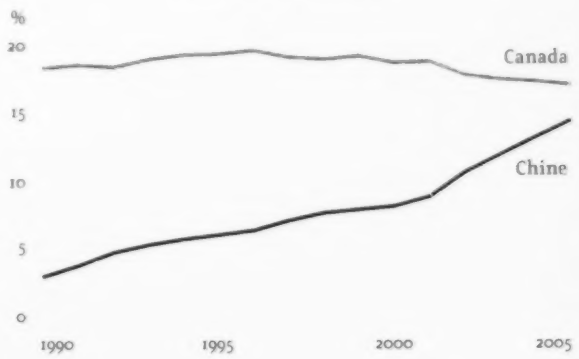
FAITS ET CHIFFRES

La Chine sera-t-elle le principal fournisseur des États-Unis en 2007?

Comme la plupart des Canadiens le savent, la majeure partie des exportations canadiennes de marchandises sont destinées aux États-Unis — 84 % en 2005. Le Canada est d'ailleurs la source la plus importante des importations américaines depuis plusieurs décennies, mais sa part est en baisse, ayant diminué de 18,5 % en 1990 à 17,2 % en 2005. Pendant cette même période, la part de la Chine, dont les exportations ont connu une hausse spectaculaire, est passée de 3,1 % à 14,6 %. Si la tendance des cinq dernières années se poursuit, la Chine dépassera le Canada et deviendra le plus gros fournisseur du marché américain dès 2007. Pour en savoir davantage, consulter le site www.international.gc.ca/eet/reports-fr.asp.

Données fournies par le Bureau de l'économiste en chef, Affaires étrangères et Commerce international Canada.

Part des importations américaines de marchandises



Données : Statistique Canada

MANIFESTATIONS COMMERCIALES

AÉROSPATIALE ET DÉFENSE

San Diego, du 31 janvier au 2 février 2007 > Participez au pavillon canadien à **West 2007**, une conférence-exposition organisée par l'AFCEA (Armed Forces Communications Electronics Association) et l'USNI (U.S. Naval Institute) — la plus grande foire de la côte ouest consacrée aux technologies militaires et gouvernementales.
Renseignements : Sean Barr, courriel : sean.barr@international.gc.ca; Jeffrey Gray, courriel : jeffrey.gray@international.gc.ca, consulat général du Canada à Los Angeles, tél. : (213) 346-2752, téléc. : (213) 346-2767; site Web : www.west2007.org.

ENVIRONNEMENT

Londres, du 27 février au 1er mars 2007 > Ecobuild, la seule exposition du Royaume-Uni consacrée à la conception et à la construction de bâtiments écosympathiques, attire des centaines de fournisseurs de produits et services « verts » ainsi que des professionnels de tous les secteurs de l'industrie de la construction.
Renseignements : Jason Kee, haut-commissariat du Canada au Royaume-Uni, tél. : (011-44-20) 7258-6600, téléc. : (011-44-20) 7258-6384, courriel : jason.kee@international.gc.ca; site Web : www.ecobuild.co.uk.

INDUSTRIE FORESTIÈRE

Dubaï, du 27 février au 1er mars 2007 > Le **Dubai International Wood and Wood Machinery Show** est le seul salon commercial du Moyen-Orient mettant en présence des fabricants, fournisseurs, entrepreneurs et commerçants de l'industrie du bois.
Renseignements : Saif Hashmath, organisateur de l'exposition, tél. : (011-971-4) 282-9299, téléc. : (011-971-4) 282-8767, courriel : info@dubaiwoodshow.com; site Web : www.dubaiwoodshow.com.

MATIÈRES PLASTIQUES

Le Caire, du 8 au 11 mars 2007 > Plastex 2007, la seule foire internationale consacrée à l'industrie des matières plastiques au Moyen-Orient et en Afrique du Nord, dessert les marchés de plus de 21 pays.
Renseignements : Joseph Tadros, ambassade du Canada en Égypte, tél. : (011-20-2) 791-8860, téléc. : (011-20-2) 791-8865, courriel : joseph.tadros@international.gc.ca; site Web : www.plastex-online.com.

MÉTAUX ET MINÉRAUX

New Delhi, du 22 au 25 janvier 2007 > La foire **India Engineering Meet and Exhibition**, organisée par le Engineering Export Promotion Council, portera sur les biens d'équipement, le fer et l'acier, les métaux et produits non ferreux, les biens durables et d'autres produits de l'ingénierie.
Renseignements : C. B. Thapliyal, haut-commissariat de l'Inde au Canada, tél. : (613) 744-3751, téléc. : (613) 744-0913, courriel : hicomind@hciottawa.ca, site Web : www.hciottawa.ca.

Jaïpur, du 1er au 4 février 2007 > La foire **International Stone Industry Exhibition** mettra en vedette plus de 300 variétés de pierres, dont le marbre, le granite, le grès, la pierre à chaux et le quartzite.
Renseignements : C.B. Thapliyal, haut-commissariat de l'Inde au Canada, tél. : (613) 744-3751, téléc. : (613) 744-0913, courriel : hicomind@hciottawa.ca, site Web : www.hciottawa.ca.

Le Cap, du 6 au 8 février 2007 > Mining Indaba, un colloque professionnel consacré à la promotion des intérêts miniers en Afrique, permet aux cadres, sociétés d'exploration, géologues, ingénieurs, banquiers, conseillers financiers, analystes, gouvernements, avocats, services miniers et investisseurs professionnels de rencontrer des représentants de l'industrie mondiale des mines.
Renseignements : Gwenaele Coubrough, bureau commercial du Canada en Afrique du Sud, tél. : (011-27-11) 442-3130, téléc. : (011-27-11) 442-3325, courriel : jobrg@international.gc.ca; site Web : www.iiconf.com.

MULTISECTEUR

Panama, du 7 au 10 mars 2007 > EXPOCOMER, une exposition multisectorielle internationale, attire des acheteurs du monde entier. Des ventes de plusieurs millions de dollars y ont lieu chaque année, et l'exposition constitue un excellent point d'accès aux marchés dynamiques de l'Amérique centrale et du Sud.
Renseignements : Luis Cedeno, ambassade du Canada au Panama, tél. : (011-507) 264-7115, téléc. : (011-507) 263-8083, courriel : luis.cedeno@international.gc.ca; site Web : www.expocomer.com.

SANTÉ

Minneapolis, les 2 et 3 février 2007 > Healthy Life Expo met en vedette des exposants locaux et nationaux qui offrent les dernières innovations en matière de renseignements, de produits et de services favorisant des habitudes de vie saines.
Renseignements : Katherine Saba, consulat général du Canada à Minneapolis, tél. : (612) 333-4641, téléc. : (612) 332-4061, courriel : katherine.saba@hotmail.com; site Web : www.mediamaxevents.com.

SERVICE DE RENSEIGNEMENTS

Le Service de renseignements d'Affaires étrangères et Commerce international Canada offre aux exportateurs canadiens des renseignements ministériels, des publications et de l'orientation. En voici les coordonnées : **1 800 267-8376** (région d'Ottawa : (613) 944-4000), ATS : (613) 944-9136, courriel : **enqserv@international.gc.ca**, site Web : **www.international.gc.ca**.

Retourner toute correspondance ne pouvant être livrée au Canada à :
CanadExport (CMS)
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Convention de la poste-publication n° 40064047